融媒体环境下出版产业的创新策略

苗　菲
（中国地图出版社有限公司，北京 100054）

摘　要：融媒体是新时代新媒体发展的趋势和环境，传统的媒体传播方式已不能满足人们对出版和文创的实际需求，出版产业应积极创新产品技术和工作方法，以实现出版产业和文创产业的共同发展。基于此，出版业应树立正确的创新意识，在融媒体环境下积极开展产业创新，把优秀传统文化融入出版创作，通过融媒体有效传播出版产品，从而实现对我国出版行业健康可持续发展的有效保证。

关键词：融媒体；出版产业；媒体传播；创新策略　　**中图分类号：**G622.3　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）02-091-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.02.027
本文著录格式：苗菲 . 融媒体环境下出版产业的创新策略 [J]. 中国传媒科技，2022（02）：91-93.

导语

融媒体作为一种新型媒体，充分利用媒体载体，在人力、内容、宣传上全面整合，实现资源整合、内容融合、宣传融合、利益融合。它不仅是一个独立的实体媒体，更是将广播、电视和互联网的优势相互融合，使其功能、手段和价值得到全面提升的运作模式。在这样的融媒体环境下，出版业必须积极运用融媒体进行产业创新，才能使出版产业的信息化、媒体化转型，使用户真正得到良好的文化体验，使我国的文化产业、出版产业能够获得健康发展，得到用户的认可与喜爱，随之有效推动我国文化与经济持续健康发展。因此，在融媒体环境下，各出版部门应积极研究创新出版策略，加快我国出版业健康发展。

1. 重构面向融媒体的出版产业链

从融媒体环境中对融媒体的实际研究可以看出，融媒体其实是一种资源共享的媒介，即合理整合新老媒体的人力、物力资源，将各自的服务变为共同的服务。首先合并广播和网站，打通双方原来的采编人员，成立“融媒体采编中心”。中心记者外出采访时，同时携带录音笔和数码相机进行采访，既保证了双方的新闻来源，又降低了人力成本，提高了网站新闻稿件的权威性和原创能力。在融媒体时代，用户对出版产品、出版形式和播放形式的需求，也从传统的纸质媒体向数字化媒体转变，只有这样，用户才能保证用户的出版服务质量，才能有效保障我国出版业的健康稳定发展。[1] 融媒体环境下的出版产业重构了面向媒体的出版产业链。出版行业不仅要根据当前用户的实际观察需求，对出版制作方式进行创新，还需创新其出版行业的服务链，使出版产品能服务于各个融媒体平台，使其能真正得到数字化的出版和数字化的传播，还需创新其出版行业的服务链，使出版产品能服务于各个融媒体平台，使其能真正得到数字化的出版和数字化的传播，在融媒体环境下得到良好的出版创新和发展。相关出版部门应充分利用这种创新的出版产业链，使之真正成为融媒体时代下人们需要的出版产品与产业，有效推动社会进步、文化进步。同时，相关出版行业应积极创新流程控制、系统管理与服务应用，通过跨平台、信息化的服务产业链及时收集用户对出版产品的创新需求，进行相应的创新处理和改革，有效地解决传统人工出版服务中所存在出版效率与效果低下的问题，使出版的产品能够真正符合用户的需求，以及融媒体时代的需求，从而有效地实现出版信息的互动、体验与服务创新增值，促使我国出版行业朝着更高层次的方向健康发展。

2. 满足现有出版需求与创造未来文创需求

传统媒体时代下，出版业所使用的出版技术都是单一的纸质、生产和传播方式，但这种方式已经不能满足人们对出版产品的需求，反而会严重影响到我国的出版业和文化创意产业，同时也会影响到用户的阅读体验。因此，相关出版业部门应积极创新出版产业，将融媒体技术与出版技术有机结合，实现动态、多维的文字、影像、视频，以满足现有出版需求，创造未来文创需求。其实际的需求如图 1 和图 2，这样才能使融媒体时代下，出版产业创新的出版和文创产品，真正成为大众所喜爱的产品，有效地保障我国文化产业和出版行业的健康发展。

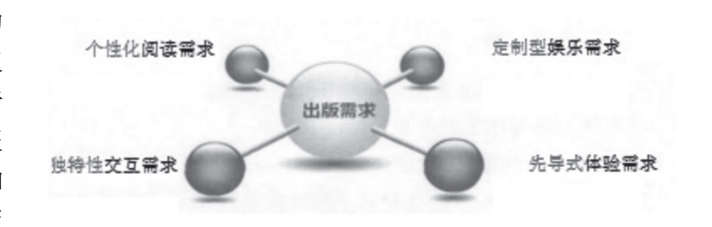


图 1　现有出版需求

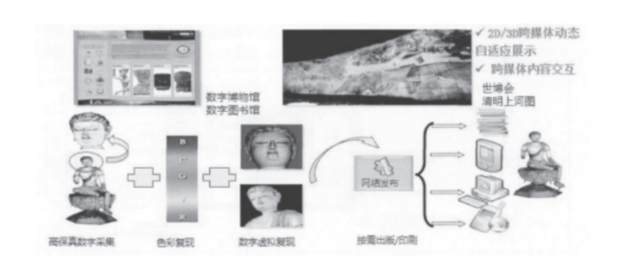


图 2　未来文创需求的创造

从图 1 中可见，在融媒体时代人们对出版产业的需求主要表现在：阅读需求、娱乐需求、互动需求、体验需求等方面，只有出版产业能够有效地满足这些需求，才能使我国的出版产业真正得到有效地创新和发展。出版行业本身就是为了满足读者的精神需求，让读者得到精神上的愉悦和心灵的洗礼，从而使出版产品的文化价值和育人价值得到有效的发挥。在融媒体环境下，各种视频和视频媒体的传播方式层出不穷，出版行业的创新可以有效地增强用户的阅读体验和阅读乐趣，而不需要传统的纸质媒体来阅读，这将极大地满足用户对出版产品的心理需求。否则，一旦新的出版方式和传播方式不符合时代的要求，读者就会产生一种不感兴趣的不良心理，从而使出版行业失去了存在的价值，不能对读者进行良好的心理教育、文化教育，非常不利于我国文化产业和经济产业的健康发展。因此，相关出版部门应积极开展出版产业创新，使之与现实生活相结合，创新各种具有文化感染力、实用性、可视化的出版产品，促进我国出版业的创新发展，使我国文创产业和出版产业能够朝着现代化融媒体方向健康发展。[2]

3. 实现出版产品的融媒体化与可视化

出版是社会经济、政治和文化发展到一定阶段的产物。出版物凝聚着人类思想与智慧，汇集了科技发明、社会实践活动的经验和成果，反映了社会生活的各个方面。出版业的发展对社会的进步与发展起着举足轻重的作用，各出版业必须紧跟时代步伐不断创新，以确保出版产业能够始终立足于激烈的文化经济市场之中，发挥出其传承我国优秀文化的价值。出版对社会的推动作用，归根结底在于出版物将人类科技知识和先进思想积累起来并加以扩大。在融媒体时代，实现出版产品的可视化和融合是保证我国出版业健康发展的重要前提。在融媒体环境下，我国信息技术和媒体技术日趋成熟，原有的媒体生产和传播方式发生了巨大的变化，只有通过有效地创新出版产业的方式，才能使出版产业实现媒体化，使整个生产过程变得可视化，真正满足用户的需求，有效地提高我国出版产业的经济效益和经济发展速度。这样，出版部门就可以建立数字化、信息化、智能化的出版产业制作系统，使出版内容品质、出版编创流程、出版产品定制和出版 / 文创应用体验都能够变得可视化和融媒体化，使出版产品能与信息技术真正融合，使读者能够运用信息技术进行深度阅读出版产品，使出版产品能够具有纸质化与视频化等各种形式，并使出版用户能够运用信息技术进行对整个出版产业制作流程的监督和管理，从而真正实现在融媒体环境下创新出版产业的目标，为我国出版产业的健康可持续发展提供有力的技术保障。[3]

4. 创新出版产业的发展路径

在融媒体环境下进行出版产业创新，不仅是我国文化发展的需要，也是用户对出版产品的需求，更是我国经济发展的需要和时代发展的必然趋势。做好出版产业创新工作，才能真正发挥出版产业存在的价值和意义，使其能够有效地推动我国文化、经济与社会的进步发展，使我国始终立足于激烈的国际经济市场之中。因此，我国各出版企业应特别重视出版业创新，积极思考有效创新出版业发展之路。

4.1　面向国家坚定文化自信

在过去的几十年里，科技发展日新月异，出版物作为媒介对工农业、交通运输等行业的影响是不容置疑的。为了迅速地提高工农业、科技水平和中国特色社会主义现代化建设，必须通过出版物等媒介引进世界上新学科、新技术、新知识，取得重大成果。相关出版部门要坚定文化自信，制定相应的出版流程与传播方式，适应中国文化的发展，通过运用“采编排印发 + 采编制播存”的新型出版传播方式，有效地推动我国文化产业与出版行业健康发展。通过这一创新的出版产业发展模式，使出版产品可以通过纸面与屏面同步展示，让喜爱纸质媒介的人可以通过纸质阅读，让新时代的年轻人可以通过手机、网络即时观看，使人们的各种智慧与科技成果得以有效地传播。[4] 从根本上消除出版产业缺乏自信、出版方式不创新等影响出版产业健康发展的各种不良问题，使我国的出版产业能随着融媒体时代的发展有效创新。网络对传统出版业的冲击是巨大的，编辑需要发挥自己的专业精神，优化产品的策划和服务，把项目的质量控制贯穿于图书的选择、编辑、出版、营销等各个环节，从而推动出版业的健康发展。

4.2　将出版创新与文化创意相结合

在融媒体环境下，传统新闻事件相对单一，不能满足新时代用户对出版产品的心理需求，相关出版部门要把出版创新和文化创意结合起来，创新出定制化的出版物或文创产品，记录人们的美好生活，让他们感受到生活的美好，为新时代的美好生活而努力奋斗。使单一的纸质出版产品成为具有灵魂和思想的出版文创产品，赋予它更高的教育意义和价值，使之得到越来越多用户的认可，从而提高我国出版产业的产量和价值。此外，相关出版部门应加强培训、考核与管理，使之能够积极进行文化创新与思考，不让出版产品的说教特征过于强烈，

产生无法引起用户共鸣的不良现象。只有这样，出版者才能深刻地认识到创新出版产品的重要性，才能在融媒体环境下满足用户对传播方式和出版创新的需求，创新出高质量的纸媒实物或者数字作品。

4.3 将出版创新聚焦在所拥有的内容之上

每个年龄阶段，或是不同层次的人群，对出版产品的需求都是不同的，而能够引起用户共鸣、联想和记忆的出版产品，才是真正融媒体时代下人们所需要的产品。相关出版部门不仅要注重出版形式、编制方式、传播方式等方面的创新，还要注重出版内容的创新，把出版创新聚焦在出版内容上，创新的出版内容能吸引用户，从而获得较高的市场回报，让更多的人认可出版行业的发展，从而促进我国出版事业的健康发展。在新媒体环境下，出版部门可以利用云计算、互联网、人工智能等技术，研究大众的喜好和需求，让他们能够找到适合不同时代人群需要的出版内容，能够在内容上进行创新。

4.4 提升出版创意策划水平

出版编辑是一种高度综合的能力，它包括策划、文字撰写、创新等，产品策划则是出版编辑最具创造性的基础和工作，它考验着出版编辑的创造力。产品策划是出版编辑的重要工作内容，随着出版领域的融合，产品规划越来越重要，科技的进步使出版业逐渐向用户至上的方向转变，信息交互、知识共享、开放服务平台成为出版业转型的重要方向。在信息时代，新闻出版业也面临着巨大的变革，编辑出版工作者必须贯彻融合思维，立足融合特点，从新旧媒体交替、新兴出版、传统出版、新兴出版等角度进行融合。目前，传统出版业存在着不同程度的低效和同质化现象，由于纸质出版环境的限制，作品的深度开发远远不够。在融合出版大背景下，编辑出版者更需要提高自己的选题敏锐度和选题挖掘能力，使产品策划内容由单一纸质图书出版形式转变为电子图书、视频、动画、影视、网络出版等全方位的多媒体融合策划，进而为提升出版产品策划的创新性奠定良好基础。

结语

综上所述，在融媒体环境中进行出版产业创新，是实现我国出版产业和文化创意产业健康发展的重要前提。各出版业部门必须正确认识到，满足现有出版需求和创造未来文化需求对出版产业的发展和文化的发展非常重要，在融媒体环境下，结合各种信息技术，对出版产业进行有效创新，使其所出版的内容能够真正符合用户的需求，从而使我国的出版行业与文创能够实现共同发展，加快我国文化和经济发展的步伐。媒

参考文献

[1] 蒋小花 . 新媒体环境下出版产业发展策略研究 [J]. 新西部（下半月），2008（2）：214-216.

[2] 阳帆 . 融媒体时代背景下出版产业的创新思路研究 [J]. 国际援助，2020（3）：10-12.

[3] 余冬云 . 融媒体环境下县级台的发展策略 [J]. 科技传播，2016（14）：67-68.

[4] 龚耀武 . 融媒体环境下媒体技术的创新与发展 [J]. 科技传播，2019（6）：72-73.

作者简介：苗菲（1986-），女，山西长治，副编审，研究方向：图书出版。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第90页）

教育科研，2012（1）：37-41.

[5] 郭晶，杨静怡，王咏怡 . 沉浸·互动·技术——移动传播时代“慢直播”的特色与发展趋势 [J]. 台州学院学报，2021（1）：74-79.

[6] 葛鑫 . 一种新媒体艺术体验展的沉浸式设计模式——从 teamLab 作品探究 [J]. 设计，2020（15）：42-44.

[7] 范益，孙秀兰 . 虚拟现实的时代：模拟医学教育的机遇与挑战 [J]. 南京医科大学学报（社会科学版），2018（2）：156-158.

[8] 郑晓迪 . 公共传播背景下的舆论引导机制——兼论红色文化传播路径 [M]. 哈尔滨：黑龙江美术出版社，2020：1-13.

作者简介：陈心怡（1997-），女，辽宁鞍山，硕士研究生，研究方向：动画与新媒体影像设计；郑晓迪（1982-），女，山东济南，副教授，博士研究生，研究方向：艺术传播、新媒体传播等。

（责任编辑：涂东敏）